

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana Komunikasi

Semester Genap 2014/2015

**PENGARUH EVENT CUSTOMER GATHERING TERHADAP MINAT BELI
PRODUK INVESTASI REKSA DANA
(PADA TANGGAL 20 MEI 2015 DI PT BANK MANDIRI TBK. CABANG
AMBON)**

Dokterina Yahya Christmas Lita Taulu 1501193965

LO51

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *event customer gathering* terhadap minat beli produk investasi Reksa Dana. **Teori** yang digunakan adalah teori hierarki kebutuhan Maslow. **Metode penelitian** yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 34 orang peserta yang mengikuti *event customer gathering* dengan menggunakan teknik sampling jenuh. **Analisis** data yang digunakan adalah analisis regresi dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. **Hasil penelitian** menunjukkan bahwa *event customer gathering* memiliki pengaruh terhadap minat beli produk investasi Reksa Dana sebesar 19,3% dan sisanya sebesar 80,7% dipengaruhi oleh faktor lain. **Simpulan** dari penelitian ini adalah *event customer gathering* memiliki pengaruh yang cukup berarti terhadap minat beli produk investasi Reksa Dana.

Kata Kunci:

Event, Minat Beli, Public Relations

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana Komunikasi

Semester Genap 2014/2015

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER GATHERING EVENT TOWARD
BUYING INTENTION OF REKSA DANA INVESTMENT PRODUCT
(ON 20 MAY 2015 AT PT BANK MANDIRI TBK. AMBON BRANCH)**

Dokterina Yahya Christmas Lita Taulu 1501193965

Abstract

The purpose of this research is to analyze how event customer gathering give an effect to buying intention of Reksa Dana Investment Product. This research use Maslow's Hierarchy of Needs and survey method. Sample in this research is 34 person who come to event customer gathering with total sampling. Instrument in this research is questionnaire and analyze with linear regression. An conclusion from this research show event customer gathering have a strong enough effect to buying intention of Reksa Dana Investment Product. The effect is about 19,3% and the rest 80,7% effected by another factor.

Keywords: *Event, Buying Intention, Public Relations*